

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, perancangan promosi Cafe Batavia bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Cafe Batavia. Dari data yang didapatkan penulis, Cafe Batavia mengalami kesulitan dalam menjangkau target utama pengunjung, yaitu warga DKI Jakarta dengan usia 30-40 tahun yang sebagian besar berstatus sebagai pekerja. Promosi ini dirancang berdasarkan hasil penelitian penulis melalui observasi, wawancara, penyebaran kuesioner kepada 100 responden secara *online*, serta studi eksisting terhadap kompetitor dari Cafe Batavia. Menurut hasil penelitian yang dilakukan penulis, Cafe Batavia memiliki potensi dalam menarik lebih banyak pengunjung.

Perancangan visual promosi Cafe Batavia merupakan perpaduan elemen visual fotografi, dan teks yang sesuai dengan yang sebelumnya telah ditentukan oleh penulis. Hasil dari perancangan visual inilah yang kemudian diaplikasikan dalam setiap media promosi. Media utama yang digunakan dalam promosi Cafe Batavia adalah iklan majalan dan koran, sedangkan media pendukung berupa, *banner*, media sosial, *collateral marketing kit*, serta *merchandise*.

5.2. Saran

Bagi mahasiswa desain grafis yang berencana memilih topik tentang promosi untuk Tugas Akhir, penulis menyarankan untuk banyak membaca buku tentang desain grafis dan promosi untuk menambah wawasan serta mampu merancang

strategi promosi yang tepat dan sesuai dengan target audiens yang dituju. Selain itu, manajemen waktu juga sangat penting dalam perancangan Tugas Akhir sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Perancangan promosi ini juga tentu dapat dikembangkan dengan visual yang lebih kreatif dan dengan konten yang lebih spesifik dan mendalam.